

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
SAPI POTONG DI PASAR TERNAK PASIR PENYU
AIR MOLEK INDRAGIRI HULU**



Oleh:

Suryadi Hartono
11481104697

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN
SAPI POTONG DI PASAR TERNAK PASIR PENYU
AIR MOLEK INDRAGIRI HULU**



Oleh:

**Suryadi Hartono
11481104697**

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Indragiri Hulu
Nama : Suryadi Hartono
Nim : 1148110697
Program Studi : Peternakan

Menyetujui:

Setelah di Uji pada tanggal: 12 Mei 2020

Pembimbing I

Penti Suryani, Sp., M.Si
NIK.130 208 071

Pembimbing II

Dr. Elviriadi, S.Pi., M.Si
NIP. 197704414 200910 1 001

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Pertanian Dan Peternakan

Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D
NIP. 19730904 199903 1 003

Ketua,
Program Studi Peternakan

Dewi Ananda Mucra, S.Pt., M.P
NIP. 19730405 200701 2 027



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.


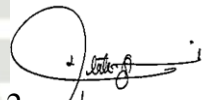
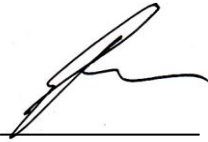


2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji ujian Serjana
Perternakan pada Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan lulus pada tanggal 12 Mei 2020

No	Nama	Jabatan	Tanda tangan
	Dewi Ananda Mucra, S.Pt., M.P	KETUA	1. 
	Penti Suryani, S.P, M.Si	SEKRETARIS	2. 
3	Dr. Elviriadi, S.Pi., M.Si	ANGGOTA	3. 
4	Ir. Eniza Saleh, MS	ANGGOTA	4. 
	Dr. Arsyadi Ali, S.Pt., M.Agr.Sc	ANGGOTA	5. 

UIN SUSKA RIAU

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya), baik di Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa ikut campur pihak lain, kecuali dari pihak pembimbing dan hak publikasi karya tulis ini pada penulis, pembimbing I dan Pembimbing II.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan sebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar akademis yang telah diperoleh karna karya tulis ini, serta sanksi lainnya yang sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi dan Republik Indonesia.

Pekanbaru, 12 Mei 2020

Yang membuat
pernyataan

Suryadi Hartono
11481104697

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP



Suryadi Hartono dilahirkan di Ukui, tepatnya di desa Ukui 1, Kecamatan Ukui, Kabupaten Pelalawan. Penulis terlahir dari pasangan ayahanda Ibrahim dan Ibunda Ijus pada tanggal 25 Februari 1995. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara.

Masuk sekolah dasar pada tahun 2002 di SD Negeri 015 Bukit Gajah dan tamat pada tahun 2008. Pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 5 Bukit Gajah dan tamat pada tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Ukui dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2014 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) penulis diterima menjadi mahasiswa di jurusan Perternakan Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau, Pekanbaru.

Pada bulan Juli sampai Agustus 2016 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Balai Pembibitan Ternak Unggul (BPTU) di Padang Pangantas Payakumbuh. Pada bulan Juli sampai Agustus 2017 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Mak Teduh Kecamatan Kerumutan Kabupaten Pelalawan.

Penulis melakukan penelitian pada bulan Februari 2019 di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu dengan judul skripsi “Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Ternak Pesir Penyu Air Molek Indragiri Hulu” dibawah bimbingan Penti Suryani, S.P, M.Si dan Dr. Elviriadi, S.Pi., M.Si Fakultas Pertanian Dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada tanggal 12 Mei 2020 dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana Perternakan melalui sidang tertutup Program Studi Perternakan Fakultas Pertanian Dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

UIN SUSKA RIAU



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Ternak PASIR PENYU AIR MOLEK INDRAGIRI HULU”**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Perternakan di Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syrif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini disampaikan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan yang ditujukan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta ayahanda Ibrahim dan Ibunda Ijus, abang Fikri, kakak Ika Fatmawati, abang Zukri Hartono, adek Didi Saputra, serta keluarga besar yang telah memberi do'a materi dan moril selama ini.
 2. Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syrif Kasim Riau.
 3. Ibu Dewi Ananda Mucha, S.Pt., M.P selaku Ketua Jurusan Ilmu Perternakan Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syrif Kasim Riau.
 4. Ibu Penti Suryani, S.P, M.Si dan bapak Dr. Elviriadi, S.Pi., M.Si selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak memberikan kritik dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Eniza Saleh. MS dan bapak Dr. Arsyadi Ali, S.Pt., M.Agr.Sc selaku penguji I dan II yang telah memberikan kritik dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh dosen, karyawan, dan Aktivitas Akademik Fakultas Pertanian Dan Perternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu penulis dalam mengikuti aktivitas perkuliahan.

Teman-teman seperjuangan Asmiarti, Irma Joen Pengestu, M. Affan Amin, Supriadi, M.Putra Alhadi, Sidik Nasution, Tomi Safrin, Riswanda, M. Ridwan, Yudi Gusti Rahman, Ulil Amri, Nova, Candra Aditama, Rahmad Mahadir Hasibuan, Fahmi Fauzan, Ahmadiyanto Sitorus, M.Afisyah, Yose Hardianto, Dika Yulian Putra, Engko Abrar, dan seluruh rekan-rekan jurusan perternakan kelas A,B,C,D, dan E angkatan 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Rekan-rekan PKL dan Rekan-rekan KKN

9. Para sahabat yang selalu menyalurkan kasih sayangnya setiap hari.

Penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang perlu disempurnakan lagi dengan saran dan kritikan semua pihak. Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan taufik-nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bukan hanya bagi penulis tapi juga untuk seluruh pembaca. Amin Ya Robbal'alam.

Pekanbaru, 12 Mei 2020

Suryadi Hartono



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah yang Maha Kuasa yang telah memberikan kesehatan dan keselamatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Indragiri Hulu"**. Sholawat seiring salam selalu terucapkan kepada baginda Nabi Muhammad S.A.W dengan harapan mendapat syafaat di padang mahsyar kelak.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Penti Suryani, S.P., M.Si sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Elviriadi, S.Pi., M.Si sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, bimbingan, petunjuk dan motivasi sampai selesainya laporan hasil penelitian ini.

Kepada kedua orangtua dan keluarga serta seluruh rekan- rekan yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu, yang telah banyak membantu penulis di dalam penyelesaian laporan penelitian ini baik secara moril maupun materi, penulis ucapkan terimakasih dan semoga mendapatkan balasan dari tuhan yang Maha Kuasa untuk kemajuan kita semua dalam menghadapi masa depan nanti.

Akhirnya penulis sangat mengharapkan agar skripsi ini bermanfaat bagi kita semua baik untuk masa kini maupun untuk masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 12 Mei 2020

UIN SUSKA RIAU

Penulis

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN SAPI POTONG DI PASAR TERNAK PASIR PENYU AIR MOLEK INDRAGIRI HULU

Suryadi Hartono (11481104697)

Di bawah bimbingan Penti Suryani, S.P., M.Si dan Dr. Elviriadi, S.Pi., M. Si

INTISARI

Sapi potong merupakan salah satu ternak yang produksi pertamanya yaitu daging, tulang, dan kulit. Usaha sapi potong dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus saja meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ketahun terus menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui besarnya pendapatan peternak sapi potong, pedagang pengumpul atau blantik dari setiap ekor sapi yang terjual dan untuk mengetahui saluran pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Pasir Penyus Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian ini menggunakan metode *survey* data yang di ambil meliputi data primer dan data skunder. Data primer dikumpulkan dari responden dengan menggunakan teknik wawancara, serta dilakukan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pasar ternak Kecamatan Pasir Penyus. Hasil penelitian ini adalah Efisiensi saluran pemasaran yang tertinggi adalah saluran I yakni sebesar Rp. 11.175.000/ekor untuk sapi jantan, Rp 7.725.000/ekor untuk sapi betina dan yang terendah adalah saluran II yakni sebesar 2.290.000/ekor untuk sapi jantan, Rp 2.490.000/ekor untuk sapi betina. Berdasarkan tinggi dan rendahnya margin pemasaran maka saluran pemasaran pertama lebih efisien. Hal ini dikarenakan pedagang yang terlibat lebih sedikit yaitu dari peternak langsung ke konsumen. Nilai pada alur pemasaran yang pertama lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain, yaitu sebesar 100% dan dengan total margin yaitu Rp. 0,-/ekor yang jauh lebih kecil dari total margin pada saluran II, III, dan IV, hal ini disebabkan karena perbedaan biaya yang dikeluarkan dan tingkat keuntungan yang berbeda.

Kata Kunci: sapi potong, saluran pemasaran, margin pemasaran

UIN SUSKA RIAU

CHANNEL ANALYSIS AND MARKETING MARGIN OF BEEF CATTLE IN THE CATTLE MARKET PASIR PENYU AIR MOLEK INDRAGIRI HULU

Suryadi Hartono (11481104697)

Under the guidance of Penti Suryani, S.P., M.Si and Dr. Elviriadi, S.Pi., M. Si

ABSTRACT

Beef cattle is one of the cattle whose first production is meat, bone, and skin. Beef cattle business is considered a profitable business, the prospect of this business is still wide open for a long time due to consumer demand that continues to increase, beef demand from year to year continues to show an increase in line with public awareness of nutrition. The purpose of this study was to determine the amount of beef cattle breeders, collectors or brokers from each cattle sold and to determine the marketing channel for beef cattle in Pasir Penyau Air Molek District, Indragiri Hulu Regency. This study uses survey data methods taken including primary data and secondary data. Primary data were collected from respondents using interview techniques, and observations were made. While secondary data were obtained from the Pasir Penyau District cattle market. The results of this study are the highest efficiency of marketing channels is channel I which is Rp. 11,175,000 / head for male cattle, Rp 7,725,000 / head for female cattle and the lowest is channel II which is 2,290,000 / head for male cattle, Rp. 2,490,000 / head for female cattle. Based on high and low marketing margins, the first marketing channel is more efficient. This is because there are fewer traders involved, from farmers directly to consumers. The value of the first marketing channel is higher compared to other marketing channels, which is 100% and with a total margin of Rp. 0, - / tail which is much smaller than the total margins in channels II, III, and IV, this is due to differences in costs incurred and different levels of profit.

Keywords: Beef Cattle, Marketing Channels, Marketing Margins

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saeisnjic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
INTISARI	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Gambaran Umum Sapi Potong	5
2.2 Permintaan dan Penawaran Sapi Potong.....	6
2.3 Pemasaran Sapi Potong.....	8
2.4 Saluran Pemasaran Sapi Potong.....	11
BAB III MATERI DAN METODE PENELITIAN	14
3.1 Waktu dan Tempat	14
3.2 Jenis Penelitian.....	14
3.3 Metode Penelitian	14
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	14
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.6 Analisis Data	15
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	17
4.2 Gambaran Umum Responden.....	18
4.3 Karakteristik Usaha Responden.....	23
4.4 Pemasaran Ternak Sapi.....	24
4.5 Saluran Pemasaran Ternak Sapi Potong	26
4.6 Analisis Biaya Pemasaran.....	28
4.7 Menghitung Margin Tiap Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran.....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Karakteristik Usaha Responden	24
4.2. Harga Ternak Sapi Potong Tiap Responden pada Setiap Saluran Pemasaran (Rp/ekor)	25
4.3. Rata-Rata Biaya Pada Saluran Pemasaran I	28
4.4. Rata-Rata Biaya Pada Saluran Pemasaran II	29
4.5. Rata-Rata Biaya Pemasaran III	31
4.6. Rata-Rata Biaya Pemasaran IV	33
4.7. Margin Tiap Lembaga Pemasaran Ternak Sapi Potong	36
4.8. Margin Tiap Saluran Pemasaran	37
4.9. Keuntungan Dari Masing-Masing Lembaga Pemasaran	38
4.10. Keuntungan Pemasaran Dari Setiap Saluran Pemasaran	39

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Saluran pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul	13
2.1. Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin	18
2.2. Klasifikasi Responden Menurut Kelompok Umur	19
2.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	20
2.4. Klasifikasi Responden Jumlah Anggota Keluarga	21
2.5. Pekerjaan Responden	22
2.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Berusaha Jual Beli Ternak Sapi Potong	22

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Strategi pembangunan peternakan mempunyai prospek yang baik dimasa depan, karena permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi pangan bergizi sebagai pengaruh dari naiknya tingkat pendidikan rata-rata penduduk. Pembangunan dan pengembangan tersebut salah-satunya adalah pembangunan di bidang peternakan, dimana usaha peternakan yang banyak dilakukan oleh masyarakat adalah beternak sapi.

Bidang peternakan merupakan salah satu sektor ekonomi. Salah satu usaha peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu usaha sapi potong. Sapi potong merupakan salah satu ternak yang produksi pertamanya yaitu daging, tulang, dan kulit (Aiba dkk, 2018). Usaha sapi potong dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus saja meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ketahun terus menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi (Astati,dkk 2016).

Di Indonesia peternakan merupakan sektor usaha yang dapat menyerap tenaga kerja. Selain dapat menyerap tenaga kerja, juga dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan utama seperti pada sektor-sektor yang lain (perikanan, pertanian, industri maupun usaha-usaha yang lain), sehingga dapat menjanjikan untuk kelangsungan hidup peternaknya. Menyempitnya lahan pertanian yang ada mendorong para petani untuk berusaha meningkatkan pendapatan dengan kegiatan lain yang bersifat komplementer. Salah satu kegiatan tersebut adalah usaha pembibitan dan penggemukan sapi (Suhbi dan Andi, 2015)

Usaha perdagangan sapi potong di Indonesia khususnya yang menyangkut saluran pemasaran sapi potong belum banyak diatur oleh pemerintah. Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar seperti blantik, pedagang pengumpul dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jagal. Masing masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai berada di tangan konsumen (Alamsyah, 2015)

Usaha ternak sapi potong dapat dikatakan berhasil bila telah memberikan kontribusi pendapatan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup peternak sehari-hari. Keuntungan merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan suatu usaha peternakan (Murpa, dkk 2014)

Strategi pemasaran juga menjadi salah satu penentu keberhasilan pemasaran yang tentunya memperhatikan saluran pemasaran seperti produk, tempat, harga, dan promosi. Penentu strategi pemasaran berkaitan dengan analisa lingkungan internal dan analisa lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan suatu kondisi yang ada dalam perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis lingkungan eksternal perusahaan mempunyai ruang lingkup yang lebih luas berupa pengidentifikasian lingkungan makro, lingkungan mikro, dan kekuatan lingkungan industri (Astati, dkk 2016).

Fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditas, dan membentuk rantai pemasaran atau sering disebut sebagai sistem pemasaran. Fungsi pemasaran sangat penting untuk mengatasi hambatan yang dihadapi oleh produsen dalam upaya memuaskan konsumen. Masing-masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai ketangan konsumen (Alamsyah, dkk 2015).

Jalur pemasaran yang tidak efisien atau relatif panjang menyebabkan perbedaan harga yang tidak sesuai baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumennya terbebani dengan beban biaya pemasaran yang berat untuk membayar dengan harga yang tinggi. Sedangkan bagi peternak, harga nilai jual sapi potong menjadi relatif menjadi rendah bila dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjualnya langsung kepada konsumen (Fitriani, dkk 2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wilayah kecamatan Pasir Penyu merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu dengan jumlah peternak dan jumlah kepemilikan ternak sapi potong terbanyak dibandingkan kecamatan lainnya. Usaha peternakan sapi potong sudah dilakukan sejak lama dengan pola pemeliharaan secara tradisional, ditandai dengan tidak adanya pencatatan mengenai biaya yang dikeluarkan sehingga besarnya pendapatan yang diperoleh untuk usaha tersebut tidak dapat diketahui secara pasti oleh petani peternak.

Pola pengembangan peternakan yang dilakukan oleh petani peternak di Kecamatan Indragiri Hulu umumnya masih bersifat peternakan rakyat, dimana pada saat-saat tertentu pada ketika petani memerlukan uang dalam memenuhi kebutuhan yang mendesak misalnya: pendidikan anak sekolah kebutuhan adat istiadat membayar pajak dan kebutuhan lainnya. maka ternak sapi tersebut dapat dijual dan tenaga kerja yang digunakan memanfaatkan tenaga kerja keluarga

Sistem pemasaran ternak sapi potong yang ada di Kecamatan Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen ke tangan konsumen masih panjang, peran pedagang dan Blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan mengakibatkan harga yang diterima peternak masih kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar.

1.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pendapatan peternak sapi potong yang ada di Kecamatan Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu.
2. Untuk mengetahui besarnya pendapatan oleh pedagang pengumpul atau blantik dari setiap ekor sapi yang terjual.
3. Untuk mengetahui saluran pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Mendapatkan hasil yang lebih jelas dan kongkrit tentang saluran pemasaran dan margin sapi potong yang ada di pasar ternak di Kecamatan Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu.
2. Mengetahui keuntungan dan kerugian yang didapat oleh peternak maupun pedagang pengumpul.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Mengetahui kelangsungan sistem pemasaran sapi potong yang ada di pasar ternak tersebut
4. Sabagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum Sapi Potong

Sapi potong merupakan salah satu ternak yang produksi pertamanya yaitu daging, tulang, dan kulit (Suratya 2009 dalam Aiba dkk, 2018). Daging sapi sebagai sumber protein yang berasal dari ternak hewan sudah dikenal sebagai bahan pangan yang hampir lengkap dan sempurna. karena didalamnya terkandung berbagai macam zat gizi yang diperlukan tubuh termasuk didalamnya protein hewani (Suherman, 2014).

Usaha sapi potong dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus saja meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ketahun terus menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi (Astati, dkk 2016).

Prospek beternak sapi potong di Indonesia masih tetap terbuka lebar dalam waktu yang lama. Hal ini disebabkan kebutuhan daging sapi dari tahun ke tahun terus menunjukkan peningkatan. ini memang sejalan dengan peningkatan taraf ekonomi dan kesadaran akan gizi dari masyarakat (Mustofa, dkk 2015).

Sapi potong asli Indonesia adalah sapi potong yang sejak dahulu kala sudah terdapat di Indonesia, sedangkan sapi lokal adalah sapi potong yang asalnya dari luar Indonesia, tetapi sudah berkembang biak dan dibudidayakan lama sekali di Indonesia, sehingga telah mempunyai ciri khas tertentu. Sapi Bali (*Bos sondaicus*) merupakan sapi potong asli Indonesia, sedangkan yang termasuk sapi lokal adalah sapi Madura dan Sapi Sumba Ongole (PO) (Suhbi dan Andi, 2015)

Di Indonesia terdapat beberapa jenis sapi dari bangsa tropis, beberapa jenis sapi tropis yang sudah cukup populer dan banyak berkembangbiak di Indonesia adalah sebagai berikut: (1) Sapi Bali, (2) Sapi Madura, (3) Sapi Ongole, (4) Sapi American Brahman (Sudarmono dan Sugeng, 2008 dalam Suhbi, 2015). Memelihara sapi sangat menguntungkan, karena tidak hanya menghasilkan daging atau susu, tetapi juga menghasilkan pupuk kandang dan sebagai potensi tenaga

kerja. Sapi potong sebagai penghasil daging, persentase karkas (bagian yang dapat dimakan) cukup tinggi, yaitu berkisar antara 45% - 55% yang dapat dijual pada umur 4-5 tahun (Rianto dan Purbowati, 2009).

Sapi potong yang ditenakkan di Indonesia amat beragam jenisnya. Meskipun demikian, asal-usulnya masih dapat diketahui. Ada 3 kelompok tetua sapi yang berperan menurunkan sapi yang berperan menurunkan sapi yang dikenal sekarang. *Bos sondaicus* alias banteng yang masih hidup di Ujung Kulon. Kedua *Bos indicus* alias sapi Zebu yang banyak hidup di India. Ketiga adalah *Bos taurus* yang dikenal juga sebagai sapi Eropa (Suhbi dan Andi, 2015).

2.2. Permintaan dan Penawaran Sapi Potong

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, pertumbuhan ekonomi, dan pendidikan yang semakin baik, maka meningkat pula permintaan daging sapi di Indonesia. Indonesia dengan jumlah penduduknya pada tahun 2007 yang mencapai sekitar 220 juta jiwa, total permintaan daging sapi domestik berarti mencapai 384.810 ton. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2005) menyatakan, total produksi daging sapi dalam negeri hanya mencapai 271.840 ton atau 70,64 persen, sehingga masih ada kekurangan sekitar 112.970 ton atau 29,36 persen dari total kebutuhan dalam negeri. Kekurangan tersebut dipenuhi dengan melakukan impor (Suherman, dkk 2014).

Meningkatnya permintaan dan daya beli masyarakat terhadap daging sapi seiring membaiknya kondisi perekonomian maka dapat dimanfaatkan dengan pemberian servis atau pelayanan kepada konsumen yang baik (Putritamara, dkk 2018). Penawaran peternakan rakyat dipengaruhi oleh selisih harga daging sapi dengan harga sapi domestik dan penawaran industri peternakan rakyat. Penawaran peternakan rakyat responsif terhadap perubahan selisih harga daging sapi dengan harga sapi domestik. Keberadaan industri peternakan berpengaruh negatif terhadap penawaran usaha peternakan rakyat. Jika tidak ada pengendalian oleh pemerintah desakan penawaran daging sapi industri peternakan ini akan semakin nyata. Kegiatan IB yang diharapkan dapat meningkatkan produksi daging, belum memberikan pengaruh yang nyata dalam usaha peternakan rakyat (Ilham. 2001).

Sistem pemasaran ternak khususnya sapi potong sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen sampai ke tangan konsumen masih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

panjang, peran pedagang dan Blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan menyebabkan harga yang diterima peternak menjadi kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar. Strategi pemasaran perlu dilakukan agar dapat melaksanakan pemasaran yang efisien, karena dengan pemasaran yang efisien dapat memotivasi peternak dalam meningkatkan usaha, sehingga produktivitas dapat ditingkatkan (Ningsih dkk, 2017).

Penawaran industri peternakan rakyat dipengaruhi harga daging sapi, harga sapi bakalan impor dan tingkat suku bunga. Penawaran industri peternakan rakyat responsif terhadap perubahan harga daging sapi dan suku bunga. Hanya penggunaan sapi bakalan impor membuat usaha ini rentan terhadap perubahan kondisi perekonomian internasional (Ilham, 2001)

Penentuan harga sering dikaitkan dengan kebutuhan yang mendesak dari peternak untuk mendapatkan uang tunai dalam memenuhi berbagai kebutuhan misalnya: pendidikan anak sekolah, kebutuhan adat istiadat, membayar pajak dan kebutuhan lainnya (Suek, 2016). Banyak sedikitnya keberadaan pembeli akan menentukan besarnya harga dari sudut penjual dan produsen. Penjual eceran lebih sulit dalam keluwesan persediaan barang sesuai dengan perubahan harga dan permintaan dipasar eceran sebagai akibat sifat produk peternakan yang tidak tahan lama. Hal ini menyebabkan dalam jangka pendek harga hasil peternakan dapat melambung tinggi dan dapat langsung jatuh sehingga persediaan barang tidak mungkin diadakan untuk menstabilkan harga atau untuk memenuhi permintaan konsumen yang melonjak (Erizal, 2015)

Kebijakan penetapan harga pasar mencakup harga-harga kebiasaan, lapisan harga dan pengawasan harga jual, potongan menurut jumlah dan 17 penetapan harga geografis. Untuk penetapan harga berdasarkan survei perlu diketahui mengenai keadaan harga pasar dan biaya peternakan harga (Rasyaf, 2015).

Volume impor daging sapi dipengaruhi oleh tarif impor daging sapi. Volume impor daging sapi sangat responsif terhadap perubahan tarif impor. Dengan demikian tarif impor daging sapi dapat dijadikan instrumen yang cukup efektif untuk melindungi produsen dan meningkatkan penerimaan pemerintah. Permintaan daging sapi dipengaruhi oleh harga daging sapi dan harga ikan, serta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

responsif terhadap perubahan harga daging, artinya daging sapi masih merupakan barang mewah bagi sebagian besar masyarakat Indonesia (Erizal, 2015).

Keputusan mengkonsumsi daging sapi tidak hanya ditentukan oleh pendapatan, tetapi ditentukan juga oleh tingkat pendidikan dan aksesibilitas masyarakat terhadap fasilitas sosial ekonomi (Leo, 2015). Harga daging sapi domestik dipengaruhi oleh harga daging impor, harga sapi domestik, dan penawaran daging sapi domestik. Namun harga daging sapi domestik tidak responsif terhadap perubahan seluruh peubah yang mempengaruhinya. Ini menunjukkan pasar daging sapi di Indonesia pada periode ini banyak dikendalikan oleh pemerintah, terutama pada sisi penawaran. Even hari lebaran sangat mempengaruhi kegiatan pemasaran daging sapi di Indonesia. Oleh karena itu dalam setiap perencanaan kegiatan pemasaran daging sapi, hari lebaran dapat dijadikan patokan, karena pada saat ini permintaan daging sapi selalu meningkat dan diikuti dengan peningkatan harga yang cukup tajam dan tak mungkin turun lagi pada harga sebelumnya (Ilham, 2001).

2.3. Pemasaran Sapi Potong

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari seluruh kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen. Bagi produsen sapi potong, baik perusahaan peternakan maupun peternakan rakyat pemasaran mempunyai peran yang penting. Setelah produk dalam hal ini ternak dihasilkan peternak pasti menginginkan ternaknya cepat sampai dan diterima oleh konsumen (Sumitra dan Kasumastuti, 2013). Apabila sistem pemasaran dapat berjalan dengan baik, maka pemasaran memegang peranan penting dalam meningkatkan produksi ternak sekaligus dapat meningkatkan pendapatan petani peternak (Suek, 2016)

Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem. Sistem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran ternak khususnya sapi potong sampai saat ini masih sederhana, jalur yang dilewati dari produsen sampai ke tangan konsumen masih panjang, peran pedagang dan Blantik yang masih besar dalam jual beli ternak akan menyebabkan harga yang diterima peternak menjadi kecil, karena peternak tidak memiliki posisi tawar (Ningsih, dkk 2017).

Strategi pemasaran perlu dilakukan agar dapat melaksanakan pemasaran yang efisien, karena dengan pemasaran yang efisien dapat memotivasi peternak dalam meningkatkan usaha, sehingga produktivitas dapat ditingkatkan. Tetapi untuk membuat suatu pengembangan pemasaran perlu dikaji terlebih dahulu beberapa faktor baik makro maupun mikro yang mempengaruhi sistem pemasaran agar dapat diketahui kondisi jalur pemasaran, transmisi harga, struktur pemasaran (*marketing structure*), perilaku pemasaran (*marketing conduct*) dan kinerja pemasaran (*marketing performance*). Sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran, yang dapat menguntungkan kedua belah pihak (Ningsih, dkk 2017).

Pemasaran sebagai salah satu mata rantai dari sistem agribisnis peternakan, memainkan peranan yang sangat penting bagi pengembangan usaha. Berkembangnya usaha-usaha peternakan rakyat menjadi usaha yang bersifat komersial, menyebabkan kelancaran kegiatan pemasaran sangat berpengaruh terhadap keragaan usaha secara keseluruhan (Erizal, 2015).

Banyaknya permasalahan negara berkembang, termasuk Indonesia, adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Indonesia salah satunya masih memiliki keterbatasan dalam hal efisiensi pemasaran, keterampilan mempraktekkan unsur-unsur manajemen dan penguasaan informasi pasar sehingga hal ini menyebabkan kesempatan-kesempatan ekonomi menjadi sulit untuk dicapai. Lembaga pemasaran diperlukan untuk menjembatani kesenjangan informasi, ruang, waktu pemilikan, dan bentuk. Usaha perdagangan sapi potong di Indonesia khususnya yang menyangkut saluran pemasaran sapi potong belum banyak diatur oleh pemerintah. Usaha pemasaran sapi potong lebih banyak dikuasai oleh lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai skala usaha besar seperti blantik, pedagang pengumpul dan jagal. Masing masing jalur pemasaran mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam proses pemasaran (Alamsyah, dkk 2015).

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses kegiatan penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen agar dapat sampai kepada konsumen. Bagi produsen sapi potong, baik perusahaan peternakan maupun peternak rakyat pemasaran mempunyai peran yang penting. Setelah produk dalam hal ini ternak dihasilkan peternak pasti menginginkan ternaknya cepat sampai dan diterima oleh konsumen (Sumitra, dkk 2013).

Saluran pemasaran dapat dikatakan sebagai saluran atau jalur yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen, untuk memudahkan pemindahan suatu produk bergerak dari produsen sampai berada di tangan konsumen. Jalur pemasaran yang tidak efisien atau relatif panjang menyebabkan perbedaan harga yang tidak sesuai baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumennya terbebani dengan beban biaya pemasaran yang berat untuk membayar dengan harga yang tinggi. Sedangkan bagi peternak, harga nilai jual sapi potong menjadi relatif lebih rendah bila dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjualnya langsung kepada konsumen. Dalam menciptakan sistem pemasaran yang efisien serta menguntungkan baik peternak maupun konsumen, maka peternak harus memilih saluran pemasaran yang pendek. Adanya lembaga-lembaga pemasaran yang membantu pemindahan suatu produk maka akan dapat diketahui berapa margin yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran (Alamsyah, dkk 2015).

Banyaknya lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat mengakibatkan semakin panjang saluran pemasaran dan semakin besar margin pemasarannya. Penentuan kesesuaian antara proporsi kerja yang dilakukan dengan tingkat pendapatan yang diperoleh memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi margin pemasaran sapi potong yaitu biaya, tingkat persaingan antara pedagang, jalur atau rantai pemasaran, kondisi wilayah dan banyaknya perantara (lembaga) yang terlibat dalam menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pasar hewan merupakan tempat untuk bertransaksi jual beli hewan yaitu meliputi sapi, kambing dan domba. Pasar hewan biasanya beroperasi hanya beberapa hari dalam seminggu. Selain jual beli hewan ternak pasar hewan biasanya menyediakan peralatan terkait peternakan seperti aksesoris hewan, clurit, topi untuk peternak,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dit. Orang yang melakukan pembelian dari peternak dan menjualnya di pasar ternak disebut juru taksir atau blantik (Alamsyah, dkk 2015).

2.4. Saluran Pemasaran Sapi Potong

Umumnya para petani di pedesaan dalam memasarkan ternaknya, tidak pernah datang langsung kepasar, keterlibatan blantik dan pedagang sangat besar. Hal tersebut sudah melembaga karena petani cukup tinggal di rumah saja para pembeli sudah datang. Jauhnya pasar ternak merupakan kendala para petani untuk menjual langsung kepasar ternak (Ningsih, 2017).

Menurut Suarda dalam (Leo, 2015) Saluran pemasaran adalah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir, dan yang menyelenggarakannya berupa lembaga atau badan-badan yang bertugas melaksanakan fungsi pemasaran itu sendiri atau memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin, sedangkan pihak konsumen akan memberikan imbalan berupa margin kepada lembaga pemasaran tersebut. Saluran pemasaran merupakan saluran distribusi yang terdiri dari seperangkat pedagang yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen (Widitananto dan Sari 2012);

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran yang pertama, peternak menjual sapi langsung ke konsumen. Penjualan ini dengan cara konsumen mendatangi peternak, penjualan ini dilakukan pada saat Hari Raya Qurban. Hari-hari biasa peternak kurang luas dalam mencari informasi sampai ke konsumen langsung. Peternak pada saluran pertama tidak mengeluarkan biaya transportasi, parkir dan biaya tenaga kerja, karena ternak diambil langsung oleh konsumen (Widitananto dan Sari 2012).

2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II ini, peternak menjual sapi ke blantik, karena peternak sudah berlangganan setiap tahunnya. Blantik menjual sapi ke pedagang pemotong/jagal dan kemudian jagal menjual langsung ke konsumen dalam bentuk daging. Skala usaha pembelian dan penjualan yang dilakukan oleh jagal sebanyak 2-5 ekor sapi tiap hari (Widitananto dan Sari 2012).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran III peternak menjual sapi ke blantik, karena peternak tidak ingin mengeluarkan biaya. Blantik menguasai proses pemasaran baik di desa maupun di pasar hewan, sehingga peternak tidak perlu membawa sapi ke pasar hewan. Biaya transportasi, parkir dan biaya tenaga kerja di keluarkan blantik. Blantik membawa sapi ke pasar hewan untuk dijual ke pedagang besar yang membeli sapi dalam skala besar (banyak), skala usaha pedagang besar berkisar antara 12-18/ekor/hr. Sapi dari pedagang besar dijual ke jagal yang berada di luar Kecamatan Playen, dan kemudian sapi dari jagal dijual ke konsumen dalam bentuk daging. Biaya yang dikeluarkan jagal meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, retribusi RPH dan sewa kios (Widitananto dan Sari 2012).

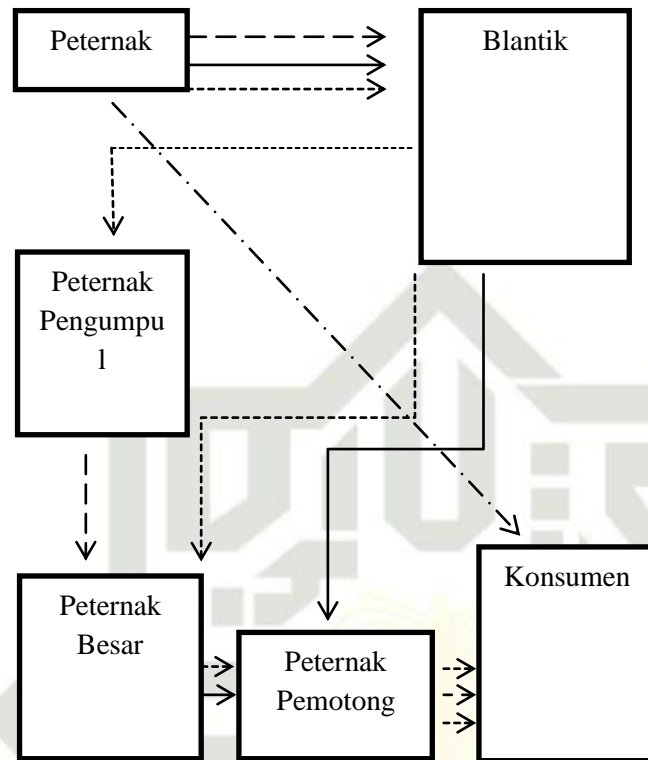
4. Saluran Pemasaran IV

Saluran pemasaran IV, peternak melakukan penjualan ternak dilakukan di kandang dengan cara blantik desa diundang untuk melakukan penawaran, karena kebutuhan peternak yang sangat mendesak, seperti biaya sekolah dan hajatan. Blantik menjual sapi ke pedagang pengumpul dengan skala usahanya berkisar 5-10 ekor sapi, pedagang pengumpul melakukan seleksi sapi sesuai dengan ukuran tubuh (bobot), kesehatan, jenis dan bangsa sapi. Sapi setelah diseleksi kemudian dikirim ke pedagang besar luar Kabupaten Gunungkidul. Sapi potong yang berada di pedagang besar kemudian dijual ke jagal luar kabupaten Gunungkidul yang berdomisili di Jakarta, Cirebon, Klaten, Wonogiri, Pacitan dan Pracimantoro. Jagal melakukan pemotongan di RPH setempat kemudian hasil potongannya dijual ke konsumen yang berlokasi disekitarnya. Jagal mengeluarkan biaya meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, sewa kios dan retribusi RPH (Widitananto dan Sari 2012).

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli langsung kepada petani yang ada di Desa. Pedagang Besar adalah pedagang yang membeli sapi potong dari pedagang pengumpul (Harifudin, dkk 2011)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1. Saluran pemasaran ternak sapi potong di Kecamatan Playen Kabupaten Gunungsikidul

Keterangan:

- Saluran I
- Saluran II
- Saluran III
- Saluran IV

Sumber Widatananto dan Sari (2012).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

MATERI DAN METODE PENELITIAN

3.1. Waktu Dan Tempat

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Maret 2019. Bertempat di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Kabupaten Indragiri Hulu.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu dengan menggambarkan dan mendeskripsikan tentang kajian pemasaran usaha ternak Sapi.

3.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* data yang di ambil meliputi data primer dan data skunder. Data primer dikumpulkan dari responden dengan menggunakan teknik wawancara, serta dilakukan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pasar ternak Kecamatan Pasir Penyu.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel ternak dilakukan secara sengaja, dipedagang atau blantik serta petani peternak yang ada di sekitar pasar ternak di Kecamatan Pasir Penyu Air Molek. Data yang diambil dalam penelitian yang penulis lakukan yaitu 37 orang; 5 orang petani ternak/ produsen, 7 orang pedagang, dan 25 orang konsumen di pasar ternak.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Metode Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung kepada responden berdasarkan daftar pertanyaannya (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.2. Metode Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti. Objek yang akan diteliti adalah proses penjualan atau proses transaksi.

3.6. Analisis Data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran ternak sapi potong digunakan analisis deskriptif yang meliputi saluran pemasaran dan fungsi pemasaran (proses pembentukan harga, pola pembayaran harga, dan kerjasama antar lembaga).
2. Untuk menghitung margin tiap lembaga pemasaran dan saluran pemasaran di gunakan rumus (Hastang, dan Aslina dan Asnawi, 2015) sebagai berikut :
 - a. Margin tiap lembaga pemasaran ternak sapi potong

$$M_{Lp} = H_j - H_b$$

Dimana:

M_{Lp} = margin lembaga pemasaran sapi potong (Rp/ekor)

H_j = harga jual sapi potong pada tiap tingkatan lembaga pemasaran (Rp/ekor)

H_b = Harga pembelian (Rp/ Ekor)

- b. Margin tiap saluran pemasaran

$$M_p = M_{Lp.1} + M_{Lp.2} + + M_{Lp.n}$$

Dimana:

M_p = Margin pemasaran (Rp/ekor)

$M_{Lp.1}$ = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-1

$M_{Lp.2}$ = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-2

$M_{Lp.n}$ = Margin pemasaran lembaga pemasaran ke-n

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus :

$$\pi_{Lp} = M_{Lp} - B_{Lp}$$

Dimana:

π_{Lp} = keuntungan lembaga pemasaran sapi potong (Rp/ekor)

M_{Lp} = Margin lembaga pemasaran sapi potong (Rp/ekor)

B_{Lp} = biaya lembaga pemasaran sapi potong (Rp/ekor)

- d. Untuk mengetahui keuntungan pemasaran dari setiap saluran pemasaran digunakan rumus :

$$\Pi_t = \Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n$$

Dimana :

Π_t = Keuntungan saluran pemasaran

Π_1 = Keuntungan lembaga pemasaran ke-1

Π_2 = Keuntungan lembaga pemasaran ke-2

Π_n = Keuntungan lembaga pemasaran ke-n



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Margin pemasaran pada tiap lembaga pemasaran ternak sapi potong di Pasar Ternak Pasir Peny Air Molek Indragiri Hulu bervariasi, antara lain:

Rp.11.175.000(jantan)	Rp.0.,	
Rp. 7.725.000(betina)		
Peternak	→	Konsumen
Rp.2.000.000(jantan)	Rp. 800.000(jantan)	
Rp.2.000.000(betina)	Rp. 1.000.000(betina)	Rp.0.,
Blantik	→	Pedagang Pemotong →Konsumen
Rp.2.000.000(jantan)	Rp. 800.000(jantan)	Rp.650.000(jantan)
Rp.2.000.000(betina)	Rp. 1.000.000(betina)	Rp.400.000(betina)
Blantik	→	Pedagang Besar →
Rp.2.000.000(jantan)	Rp. 800.000(jantan)	Rp.1.050.000(jantan)
Rp.2.000.000(betina)	Rp. 1.000.000(betina)	Rp.800.000(betina)
Blantik	→	Pedagang Pengumpul →Pedagang Besar
Rp. 950.000(jantan)		
Rp. 700.000(betina)		
	→	Pedagang Pemotong

2. Margin tiap saluran pemasaran ternak sapi potong di Pasar Ternak Pasir Peny Indragiri Hulu pada saluran I bernilai Rp. 11.175.000,- untuk sapi jantan, Rp 7.725.000,- untuk sapi betina pada lembaga peternak. Saluran II bernilai Rp 2.800.000,- untuk sapi jantan, Rp 3.000.000,- untuk sapi betina pada lembaga blatik dan pemotong. Saluran III bernilai Rp. 3.850.000,- untuk sapi jantan, Rp 3.800.000,- untuk betina pada lembaga blatik, pedagang besar dan pemotong. Saluran IV bernilai 4.800.000,- untuk sapi jantan, Rp 2.700.000,- untuk sapi betina pada lembaga blatik, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pemotong.

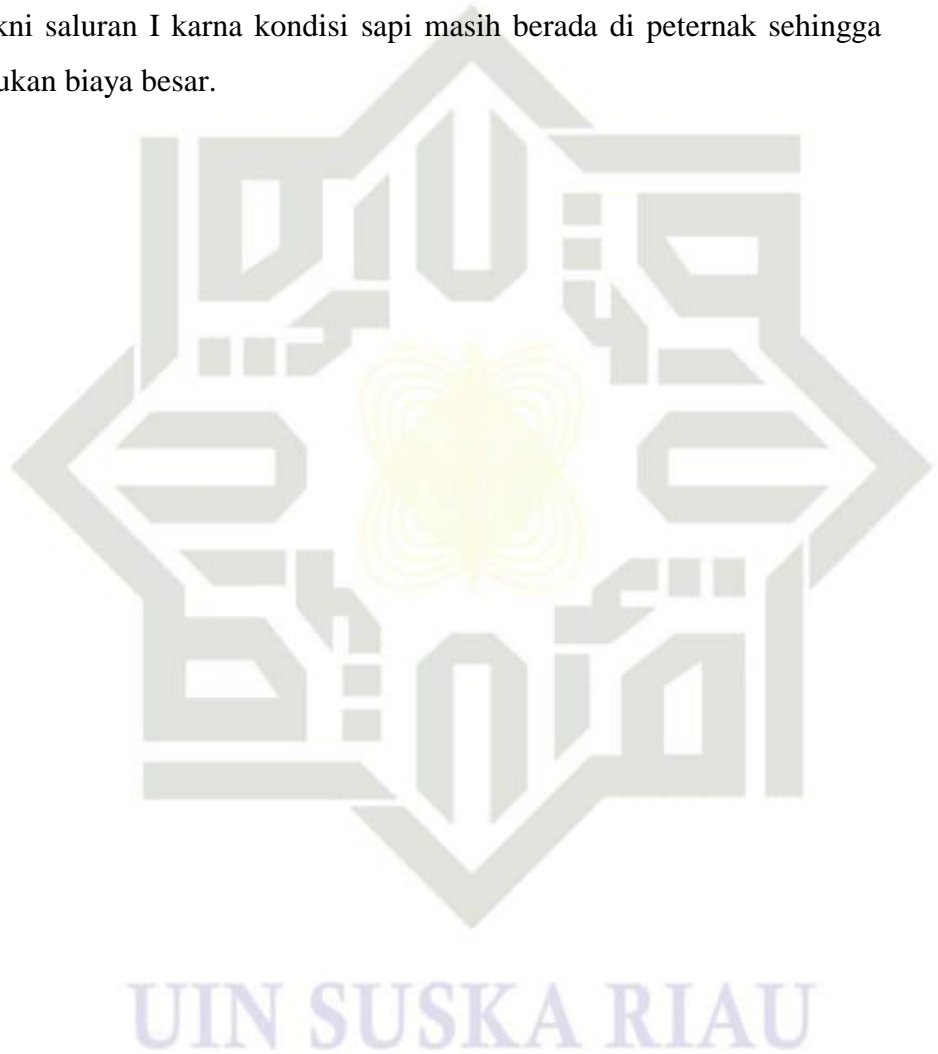
3. Efisiensi saluran pemasaran yang tertinggi adalah saluran I yakni sebesar Rp. 11.175.000,-/ekor untuk sapi jantan, Rp 7.725.000,-/ekor untuk sapi betina dan yang terendah adalah saluran II yakni sebesar 2.290.000,-/ekor untuk sapi jantan, Rp 2.490.000,-/ekor untuk sapi betina.

5.2 Saran

Untuk pengembangan usaha peternakan dan pemasaran ternak sapi potong yang lebih baik, maka disarankan kepada para pelaku pemasaran untuk memilih dan menentukan saluran pemasaran yang lebih baik dan menguntungkan, sehingga memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat dalam sistem pemasaran ternak sapi potong. Saluran pemasaran yang paling efisien untuk dilakukan yakni saluran I karna kondisi sapi masih berada di peternak sehingga tidak memerlukan biaya besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiba Aksen, J.C Long, B. Rolimpandey, dan L.S. Kalangi. 2018. Analisis Pendapatan Usaha Perternakan Sapi Potong di Kecamatan Weda Selatan Kabupaten Halmahera Tengah. *Jurnal Zootek*. 38(1).
- Alamsyah Aditya Fauzi, Taslim, dan Anita Fitriani. 2016. “Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Hewan Tanjungsari”. *Skripsi*. Fakultas Peternakan Unpad.
- Astati, A. Suarda, dan Indah Fatmah Supardi. 2016. Strategi Pemasaran Sapi Potong (Studi Kasus Pt. Berdikari United Livestock Kabupaten Sidrap). *Jurnal Ilmu dan Industri Perternakan*. 3(1).
- Erizal. 2015. *Analisis Pemasaran Sapi Potong di Propinsi Bali*. Peneliti Muda pada Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Harifuddin, Aisyah, dan Budiman. 2011. Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep. *Jurnal Agribisnis X*(1).
- Hastang dan Aslina Asnawi. 2015. *Saluran, Margin dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Sapi Potong dari Kabupaten Bone ke Kota Makassar*. *Jurnal JITP* 4 (1).
- Ilham, Nyak. 2001. “Analisis Penawaran dan Permintaan Daging Sapi di Indonesia”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Pertanian.
- Leo, B Aswar. 2015. “Analisa Keuntungan Lembaga Pemasaran Ternak Kambing di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto”. *Skripsi*. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Murpa, Anita Arianti, Nurani Sirajuddin, dan Ikrar Muhammad Saleh. 2014. “Analisis Pendapatan Peternak Usaha Sapi Potong pada Pola Bagi Hasil Teseng di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Baru”. *Skripsi*. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mustofa, Ahmad Nur, Dyah Wahyuning A, dan Afif Muhammad. 2015.” Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Peternak dalam Memulai Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Kedungkumpul Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan”. *Skripsi*. Fakultas Peternakan Universitas Islam Lamongan.
- Ningsih Umi Wisapti, Budi Hartono, dan Eko Nugroho. 2017. Analisis pemasaran Sapi Potong Melalui Analisis Margin, Transmisi Harga, Struktur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pemasaran, Prilaku Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*. 27(1):1 -11.
- Putritama, Jaisy Aghniarahim, Nanang Febrianto, dan poespitasaki Hasanah Ndu. 2017. Strategi pemasaran sapi potong di PT. Tunas Jaya Raya Abadi Nganjuk. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan* 28 (2): 96 – 104.
- Rianto, E dan E. Purbowanti. 2009. *Panduan Lengkap Sapi Potong*. Jakarta: Swadaya.
- Suek, Ferdinan s. 2016. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Kupang Dengan Pendekatan Struktur, Prilaku, dan Tampilan Pasar. *Jurnal Partner*. 2: 1-10.
- Suhbi, Andi Rezki Adzan. 2015. “Analisis Perkembangan Populasi Ternak Sapi Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus : Kecamatan Bontotiro dan Kecamatan Herlang)”. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Samata.
- Suherman, Edi, Edhy Mirwandhono, dan Armyn Hakim Daulay. 2014. Analisis Margin Pemasaran Daging Sapi di Pasar-Pasar Tradisional Kota Medan. *Jurnal Peternakan Integratif* 3(2) : 156-166.
- Sumitra Jaka, Tri Anggraeni Kusumawatin dan Rini Wisiati. 2013. Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. *Buletin Peternakan*. 37(1): 49-58.
- Tawaf, Rochadi. 2018. Analisis Usaha Pembiakan Sapi Potong Pola Kemitraan Antara Korporasi dengan Peternakan Rakyat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*. 20:1.
- Widitananto, G. Sihombing dan A.I Sari. 2012. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Tropical Animal Husbandry*. 1 (1): 59-66.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

1. Pasar Ternak Sapi Potong di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Indragiri Hulu



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pemberian Pangan dan Pemeliharaan Ternak Sapi Potong di Pasar Ternak Pasir Peny Air Molek Indragiri Hulu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Observasi dan Wawancara pada Pekerja di Pasar Ternak Pasir Penyu Air Molek Indragiri Hulu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU